

SKRIPSI
PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN



SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap

Oleh:

AENURI

NIM. 19612013002

FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI
CILACAP
2025

SKRIPSI
**PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN**

Oleh:

AENURI

NIM 19612013002

Disetujui Untuk

Seminar Proposal Pada Tanggal :

Pembimbing I



Hasan Muzaki, M.M

NIDN. 0625118401

Pembimbing II



Priyo anggoro, M.M.

NIDN. 0604108401

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap



Elok Ainur Latif, M.M

NIDN.0631109002

SKRIPSI
**PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN**

Oleh :
AENURI
NIM. 19612013002

Disetujui dan Disahkan

1. Suwono, M.si.

Penguji I



2. Hatta Setiabudhi, M.Ak. Penguji II



Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali



Elok Ainur Latii, M.M

NIDN. 0631109002

NOTA PEMBIMBING

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi

Univesitas Nahdlatul Ulama

Al-Ghazali Cilacap

Di Cilacap

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagai mana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi dari saudara:

Nama : AENURI

NIM : 19612013002

Fak/Prodi : Ekonomi/ Manajemen

Judul : Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen

Dengan ini kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah kami setuju dan dapat diajukan untuk sidang munaqosah, bersama ini kami kirimkan bersama skripsi tersebut dan semoga dapat dimunaqosahkan, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pembimbing I



Hasan Muzaki, M.M

NIDN. 0625118401

Pembimbing II



Priyo Anggoro, M.M

NIDN. 0604108401

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini dengan tepat waktu

Dalam penulisan Karya Ilmiah Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan semua pihak, baik itu berupa dorongan nasehat, saran maupun kritik yang sangat membantu dalam penyelesaian laporan Karya Ilmiah Skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati serta penghargaan yang tulus, penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Hasan Muzaki dan Bapak Priyo Anggoro, yang telah memberikan bimbingan dan arahannya dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan Skripsi ini.

Cilacap, 28 Juni 2025



Aenuri

NOTA KONSULTAN

Hal : Naskah Skripsi

Lampiran :

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Nahdlatul Ulama Al

Ghazali Cilacap

Di –

Tempat

Assalamu'alaikum wr.wb

Setelah membaca, mengoreksi dan perbaikan seperlunya, maka konsultan berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Aenuri

Nim : 19612013002

Fakultas : Ekonomi

Prodi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap, untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar strata satu (S-1).

Wassalamu'alaikum wr.wb

Cilacap, 23 Juni 2025
Konsultan



Suwono, M.Si
NIDN : 0630106503

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : AENURI

NIM : 19612013002

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen

Menyatakan bahwa Skripsi saya secara keseluruhan benar-benar merupakan hasil karya ilmiah dan penelitian sendiri, tidak ada unsur plagiat kecuali pada bagian-bagian yang disebutkan sumbernya. Jika dikemudian hari ditemukan adanya indikasi dari salah satu unsur di atas, maka saya bersedia diproses secara hukum yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan kesadaran penuh dan tanpa unsur paksaan.

Cilacap, 18 Juni 2025
Yang Menyatakan,


AENURI
NIM. 19612013002

MOTTO

“BUKAN SAATNYA BEROTORIKA TAPI SAATNYA BERAKSI”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Umkm Kuliner Bosteak Cilacap) bisa terselesaikan dengan penuh perjuangan. Pada penelitian skripsi ini peneliti banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materil, maka pada kesempatan ini perkenankanlah peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

- 1 Allah SWT atas rahmat dan karunia yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikanskripsi ini
- 2 Kedua orang tuaku yang selaku memberikan motivasi sehingga terselesainya skripsi ini
- 3 Kepada istri saya tercinta yang selalu memberikan dukungan serta do’a yang tidak terputus
- 4 Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap
- 5 Ibu Mutia Pamikatsih, M.Esy. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap.
- 6 Ibu Elok Ainur Latif, M.M Selaku Kaprodi Manajemen Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap
- 7 Kepada peming saya yang luar biasa, Bapak Priyo Anggoro dan Bapak Hasan Muzaki yang telah membimbing dengan baik sehingga dapat terselesaikan skripsi ini
- 8 Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap
- 9 Serta pihak yang telah berjasa tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga bantuan baik bersifat moral maupun material selama penelitian hingga terselesainya penulisan laporan ini dapat menjadi amal baik dan ibadah, serta dapat balasan dari Allah SWT.

Aamiin...

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Nota Pembimbing	iv
Kata Pengantar	v
Nota Bimbingan	vi
Pernyataan Keaslian	vii
Motto	viii
Halaman Persembahan	ix
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Grafik	xiv
BAB I Pendahuluan	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Ruang Lingkup Penelitian	8
F. Sistematika Penelitian	9
BAB II Landasan Teoritis	
A. Kajian Teori	10
1. Pemasaran	10
2. Lokasi	11
3. Harga	16
4. Keputusan Konsumen	20
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Berfikir	28
D. Hipotesis	29
BAB III Metode Penelitian	30

A. Desain Penelitian	30
1. Jenis Penelitian	30
2. Lokasi Penelitian dan Waktu Pelaksanaan	30
3. Populasi dan Sampel	30
4. Teknik Sampling	32
5. Teknik Pengumpulan Data	32
6. Instrumen Penelitian	34
B. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	34
1. Definisi Konseptual	34
2. Definisi Operasional Variabel	35
C. Teknik Analisis Data	36
1. Uji Validitas	37
2. Uji Reabilitas	38
3. Uji Asumsi Klasik	39
4. Uji Regresi Berganda	40
5. Uji Hipotesis	41
6. Koefisien Determinan	42
BAB IV Hasil Dan Pembahasan	43
A. Deskripsi Data Penelitian	43
1. Profil Perusahaan	43
2. Visi dan Misi Perusahaan Bosteak	43
3. Struktur Perusahaan	45
B. Analisis Data	45
1. Hasil Uji Validitas	45
2. Hasil Uji Reabilitas	47
3. Hasil Uji Asumsi Klasik	48
4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	51
5. Hasil Pengujian Hipotesis	52
C. Pembahasan	56
1. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	56
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	56
3. Lokasi dan Harga secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	57
4. Pengujian Uji F	57

5. Pengujian Koefisien Determinan R^2	58
BAB V Simpulan dan Implikasi	59
A. Simpulan	59
B. Implikasi	60
C. Keterbatasan Penelitian	61
Daftar Pustaka	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data UMKM Terfasilitasi Halal, NIB, dan Haki Tahun 2019-2022	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Daftar Pelanggan UMKM Bostek Tahun 2022	31
Tabel 3.2 Operasional Variabel	34
Tabel 3.3 Variabel Operasional	36
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X1)	46
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)	46
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variable Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Realibilitas Variabel Lokasi (X1)	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Realibilitas Variabel Harga (X2)	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Realibilitas Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
Tabel 4.10 Uji Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4.11 Hasil Uji T	52
Tabel 4.12 Hasil Uji F	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Determinan R	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan Tahun 2022	6
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	29
Gambar 4.1 Lokasi Restoran Bosteak Ruko Anggrek Jl. Anggrek No.1, Dafam Cilacap	43
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan Bosteak Cilacap	45

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Data Perkembangan UMKM Kabupaten Cilacap 2023	3
---	---

ABSTRAKSI
PENGARUH LOKASI DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Bosteak Cilacap, baik secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen UMKM Bosteak. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) dengan nilai *t hitung* 2,352 > *t tabel* 1,623 dan nilai signifikansi 0,022 < 0,05. Variabel harga (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai *t hitung* 2,143 > *t tabel* 1,623 dan nilai signifikansi 0,036 < 0,05. Secara simultan, variabel lokasi dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai *F hitung* 7,906 > *F tabel* 2,31 dan nilai signifikansi 0,001 < 0,05. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,722 menunjukkan bahwa 72,2% variasi keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh lokasi dan harga, sedangkan sisanya 27,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin strategis lokasi dan semakin sesuai harga yang ditawarkan, maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen pada UMKM Bosteak. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemilik usaha dalam menentukan strategi lokasi dan kebijakan harga untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan produk.

Kata Kunci: Lokasi, Harga, Keputusan Pembelian, UMKM Bosteak, Regresi Linier Berganda.